

**PENGARUH PERIKLANAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN
DI BANK NEGARA INDONESIA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen**



Oleh :
Afif Listiana
2013210389

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2017

**PENGARUH PERIKLAN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN
DI BANK NEGARA INDONESIA SURABAYA**

Diajukan oleh:

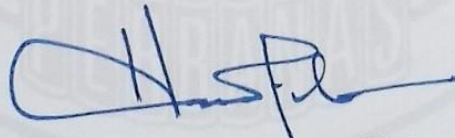
AFIF LISTIANA

2013210389

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen pembimbing

Tanggal : 27 September 2017



Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM

SKRIPSI

**PENGARUH PERIKLANA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUBANGAN
DI BANK NEGARA INDONESIA SURABAYA**

Disusun oleh

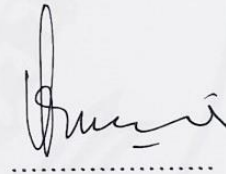
AFIF LISIANA

2013210389

Dipertahankan di depan Tim Penguji
Dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 16 agustus 2017

Tim Penguji

Ketua : Dra. Lindiawati, M.M



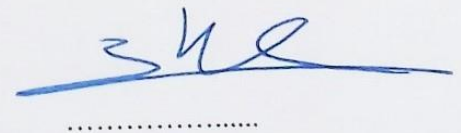
.....

Sekretaris : Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM



.....

Anggota : Dr. Ronny, S.kom.,M.,Kom.,MH



.....

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Afif Listiana
Tempat, Tanggal Lahir : Tuban, 13 April 1995
N.I.M : 2013210389
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh periklanan, citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan di Bank Negara Indonesia Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Tanggal : 27 September 2017



Dr. Muazaroh, S.E., M.T

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 27 September 2017



Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM

MOTTO

*“ Impian yang terwujud sekarang
adalah impian yang berasal dari
kekuatan berpikir positif dimasa lalu “*



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat dan dibantu serta didukung oleh orang-orang yang sangat saya sayangi. Oleh karena itu, saya ucapkan terimakasih dan mempersembahkan skripsi saya kepada:

1. Allah SWT yang selalu melindungi, mempermudah dan melancarkan segala urusan saya. Tanpa ridho dan ijinNya saya belum tentu berada dititik ini yang dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan dinyatakan lulus.
2. Untuk kedua orang tua saya yang saya banggakan apapun dan bagaimanapun keadaannya. Terimakasih saya ucapkan untuk kedua orang tuaku atas lantunan doa yang selalu dipanjatkan setiap hari, dukungan dan kasih sayang kalian berikan. Semoga kalian bangga dengan apa yang sudah ku capai saat ini.
3. Untuk dosen pembimbing yang selalu sabar sekali membimbing saya, DR. DRS. M. NADJIB USMAN, MM. Terimakasih saya ucapkan untuk pak Nadjib yang sudah meluangkan waktu, serta sabar dalam membimbing saya yang sering melakukan kesalahan selama ini sehingga skripsi ini selesai sesuai harapan. Semoga Allah membalas kebaikan dan melindungi bapak, aamiin. Jazakallahu Khairan

4. Untuk tim penguji proposal skripsi maupun skripsi, Dra. Lindiawati, MM dan Dr. Ronny, S.kom., M., Kom.,MH saya ucapkan terimakasih.
5. Untuk dosen wali saya dan seluruh dosen beserta civitas akademik STIE Perbanas Surabaya. Saya ucapkan terimakasih atas ilmu yang sudah di berikan.
6. Untuk teman saya Firda R.A yang selalu membantu saya waktu KRS atau PKRS dan bersedia untuk jadi tempat bertanya-tanya tentang skripsi, terimakasih yaa.. atas bantuannya.
7. Untuk teman-teman saya Putri dan Lia terimakasih ya sudah membantu, dan untuk anggota tim sukses anak Kav 7 Asry, dan Cinan terimakasih sudah menyediakan waktu dan sudi aku repotkan untuk menyebarkan kuesioner ku. Dan teruntuk adek yang ketemu di Surabaya yaitu Reka terimakasih banyak ya.. atas banyak bantuannya nemenin begadang, nyebar kuesioner dan lain-lain yang tidak bisa disebutin deh..
8. Untuk teman-temanku yang lain dan sahabatku Linda terimakasih sudah menyemangatiku saat mulai bosan dan mengerjakan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas limpahan rahmatnya, saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh periklanan, citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan di Bank Negara Indonesia Surabaya”** dengan baik dan sesuai harapan.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr.Luthfi, S.E, M.Fin. selaku ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM selaku dosen pembimbing yang telah mendukung dan mengarahkan dalam proses menyelesaikan penelitian ini
3. Dra. Lindiawati, MM dan Dr. Ronny, S.kom., M., Kom.,MH selaku dosen penguji.
4. Dr. Muazzaroh, S.E., M.T selaku ketua program Studi Sarjana Manajemen.
5. Dr. Dra. Wiwik Lestari M.Si selaku dosen wali.
6. Bapak dan ibu dosen STIE Perbanas Surabaya yang dengan kebaikan hatinya memberikan bekal dan ilmu kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh staf akademik dan Perpustakaan STIE Perbanas Surabaya yang telah membantu dalam perkuliahan hingga proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Surabaya, September 2017



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAN MOTTO & PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan Proposal	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Keputusan Nasabah	18
2.2.2 Periklanan	21
2.2.3 Citra Merek	22
2.2.4 Kualitas Layanan	24
2.2.5 Hubungan Antar Variabel	26
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
 BAB III METODE PENELITIAN	 30
3.1 Rencana Penelitian	30
3.2 Batasan Penelitian	31
3.3 Identifikasi Variabel	31
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	31
3.4.1 Definisi Operasional	32
3.4.2 Pengukuran Variabel	35
3.5 Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.5.1 Populasi	36
3.5.2 Sampel	37
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	37
3.6 Instrumen Penelitian	38
3.7 Data Dan Metode Pengumpulan Data	39

3.7.1 Data	39
3.7.2 Metode Pengumpulan Data	40
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrument Penelitian	40
3.8.1 Uji Validitas	40
3.8.2 Uji Reliabilitas	41
3.9 Teknik Analisis Data	42
3.9.1 Teknik Analisis Data Secara Deskriptif	42
3.9.2 Teknik Analisis Data Secara Statistik	42
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	51
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	54
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tabungan Yang Digunakan	57
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Tabungan BNI	58
4.2 Analisis Data	59
4.2.1 Analisis Data Deskriptif	59
4.2.2 Analisis Data Statistik	64
4.2.3 Uji Regresi Berganda	73
4.3 Pembahasan	78
4.3.1 Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Nasabah	79
4.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah ...	80
4.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah	81
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Keterbatasan Penelitian	84
5.3 Saran	85

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Brand Bank Umum Konvensional	3
Tabel 1.2 : Rating Bank Di Indonesia (2015-2016)	5
Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Saat Ini Dengan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 : Interval Kelas	36
Tabel 3.2 : Kisi-Kisi Kuesioner	39
Tabel 3.3 : Kriteria Metode Durbin Watson	45
Tabel 4.1 : Skala Interval	60
Tabel 4.2 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Periklanan	60
Tabel 4.3 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	61
Tabel 4.4 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan	62
Tabel 4.5 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Nasabah	63
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil	64
Tabel 4.7 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	65
Tabel 4.8 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Sampel Kecil	66
Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	67
Tabel 4.10 : Hasil Uji Multikorelasi	70
Tabel 4.11 : Hasil Uji Autokorelasi	71
Tabel 4.12 : Durbin Wotson Test Bound	71
Tabel 4.13 : koefisien regresi berganda	73
Tabel 4.14 : Hasil Uji F (Simultan)	75

Tabel 4.15 : Hasil Uji T (Parsial)

76

Tabel 4.16 : Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

78



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Kapriani <i>et. al</i> (2014)	12
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Archi C. Ruslim dan Ferdinand J. Tumewu (2015)	14
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Aditya Bagus Indratama dan Yessy Artanti (2014).	16
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Gambar 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	54
Gambar 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Gambar 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Tabungan Yang Digunakan	57
Gambar 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Tabungan BNI	58
Gambar 4.7 : Uji Normalitas	69
Gambar 4.8 : Heteroskedastisitas	72

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Uji Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 5 : Tanggapan Responden
- Lampiran 6 : Karakteristik Responden
- Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Uji Regresi
- Lampiran 9 : Jadwal Penulisan Skripsi



***THE INFLUENCE OF ADVERTISING, BRAND IMAGE AND SERVICE
QUALITY ON CUSTOMER PURCHASE DECISION AT BANK
NEGARA INDONESIA SURABAYA***

Afif Listiana
STIE Perbanas Surabaya
Email: Afif.listiana@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to see the influence of advertising, brand image, and service quality to customer decisions to choose savings at Bank BNI Surabaya. With the independent variables of advertising, brand image and service quality, the dependent variable is the customer's decision. Data collection method used is with the questionnaire. The sample size was 104 respondents, with 30 small samples and 74 large samples. The location of this research is in Surabaya. The analysis technique used descriptive analysis and statistical analysis with multiple linear regression. The data in this research is processed using SPSS 16.0. The research instrument used is the test of validity and reliability test. The results of this study indicate that advertising has no significant effect on the decision of customers to choose savings at Bank BNI Surabaya, as well as brand image has no significant effect on the decision of customers to choose savings at Bank BNI Surabaya. While the quality of service significantly influence the decision of customers choose savings at Bank BNI Surabaya. Simultaneously, advertising, brand image, and service quality together significantly influence the decision of customers to choose savings at Bank BNI Surabaya.

Keyword: advertising, brand image, service quality and purchase decision

**PENGARUH PERIKLANAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH TABUNGAN
DI BANK NEGARA INDONESIA SURABAYA**

Afif Listiana
STIE Perbanas Surabaya
Email: Afif.listiana@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh periklanan, citra merek, dan kualitas layanan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan di Bank BNI Surabaya. Dengan variabel independen periklanan, citra merek dan kualitas layanan, variabel dependen adalah keputusan nasabah. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 104 responden, dengan 30 sampel kecil dan 74 sampel besar. Lokasi penelitian ini berada di Surabaya. Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik dengan regresi linier berganda. Data dalam penelitian ini diolah menggunakan SPSS 16.0. Instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa, periklanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan di Bank BNI Surabaya, begitu pula citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan di Bank BNI Surabaya. Sedangkan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan di Bank BNI Surabaya. Secara simultan, periklanan, citra merek, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan di Bank BNI Surabaya.

Kata Kunci: Periklanan, Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Keputusan Nasabah